



ainfct

المؤسسة العربية للاستشارات والتدريب وتطوير الأداء
AINFCT | info@ainfct.com | www.ainfct.com

الاتصالات التسويقية

فكرة الدورة

تزداد أهمية الاتصالات التسويقية في بيئات العمل الحديثة مع تنوع القنوات الرقمية والتقليدية وتغير سلوك الجمهور وتوقعاته. فلم تعد الرسالة التسويقية الفعالة مجرد إعلان أو مادة ترويجية، بل أصبحت منظومة مترابطة تجمع بين فهم السوق، وبناء الرسائل، واختيار القنوات، وإدارة الصورة الذهنية للعلامة. يركز هذا البرنامج التدريبي من AINFCT على تمكين المشاركين من فهم مبادئ الاتصالات التسويقية المتكاملة، وتحليل احتياجات الجمهور، وصياغة رسائل واضحة ومتسقة، وربطها بالأهداف التسويقية والبيعية للمؤسسة. كما يتناول البرنامج آليات تنسيق الحملات، وإدارة المحتوى، وقياس فاعلية الرسائل عبر مؤشرات عملية تساعد على تحسين الأداء. ويمنح البرنامج المشاركين مساحة تطبيقية لفهم العلاقة بين العلامة، والجمهور، والقنوات، بما يضيف قيمة مهنية مباشرة في تخطيط وتنفيذ أنشطة الاتصال التسويقي داخل المؤسسات.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- تحديد عناصر الاتصال التسويقي المتكامل.

- تحليل الجمهور المستهدف بدقة مهنية.
- صياغة رسائل تسويقية واضحة ومؤثرة.
- اختيار القنوات المناسبة للأهداف التسويقية.
- تنسيق الحملات التسويقية متعددة القنوات.
- قياس فاعلية أنشطة الاتصال التسويقي.

منهجية الدورة

- شرح تفاعلي للمفاهيم الأساسية مدعوم بأمثلة تطبيقية.
- تمارين عملية لصياغة الرسائل وتحليل الجمهور المستهدف.
- مناقشات جماعية حول نماذج حملات وقنوات اتصال متنوعة.
- تطبيقات قصيرة لبناء خطة اتصال تسويقي متكاملة.
- تغذية راجعة موجهة لتحسين جودة المخرجات التدريبية.

أثر الدورة على المنظمة

- يمكن تعزيز جودة الحضور التسويقي للمؤسسة من خلال:
- رفع اتساق الرسائل عبر القنوات.
 - تحسين ارتباط الاتصال بالأهداف التسويقية.
 - تعزيز الصورة الذهنية للعلامة.
 - دعم قرارات الحملات بمؤشرات واضحة.

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على تطوير أداء مهني أكثر فاعلية من خلال:

- فهم دور الاتصال في التسويق.
- تحسين مهارات صياغة الرسائل.
- إدارة القنوات التسويقية بكفاءة.
- تقييم الحملات بطريقة عملية.

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج العاملين في مجالات التسويق والمبيعات والاتصال المؤسسي ممن يحتاجون إلى تطوير مهاراتهم في تخطيط الرسائل وإدارة القنوات التسويقية. كما يفيد المهنيين الذين يشاركون في إعداد الحملات أو متابعة أدائها.

- موظفو إدارات التسويق والمبيعات.
- مسؤولو الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة.
- منسقو الحملات والأنشطة الترويجية.
- مشرفو المحتوى والقنوات الرقمية.
- المهنيون المرشحون لأدوار تسويقية أوسع.

اليوم الأول: مدخل إلى الاتصالات التسويقية المتكاملة

- مفهوم الاتصالات التسويقية ودورها في دعم التسويق والمبيعات.
- العلاقة بين الرسالة التسويقية والهوية والصورة الذهنية للعلامة.
- مكونات مزيج الاتصال التسويقي في البيئات المؤسسية.
- الفرق بين الاتصال، الإعلان، الترويج، والعلاقات العامة.
- أخطاء شائعة في تشتت الرسائل وضعف الاتساق.

اليوم الثاني: فهم الجمهور وبناء الرسائل التسويقية

- تحليل الجمهور المستهدف وفق الاحتياجات والسلوك والدوافع.
- تقسيم الجمهور وربط الرسائل بكل شريحة مستهدفة.
- عناصر الرسالة التسويقية الواضحة والمقنعة.
- استخدام القيمة المقترحة في صياغة الرسائل.
- تحويل البيانات والمعلومات إلى مضامين تسويقية قابلة للتنفيذ.

اليوم الثالث: قنوات الاتصال التسويقي وإدارة المحتوى

- اختيار القنوات المناسبة حسب الهدف والجمهور والميزانية.
- التكامل بين القنوات الرقمية والتقليدية في الحملات.
- أسس تخطيط المحتوى التسويقي للمنصات المختلفة.
- تنسيق الرسائل بين المبيعات، التسويق، وخدمة العملاء.
- إدارة التكرار، التوقيت، والنبرة الاتصالية للحملة.

اليوم الرابع: تخطيط الحملات التسويقية المتكاملة

- تحديد أهداف الحملة ومخرجاتها المتوقعة.
- بناء فكرة الحملة وربطها بالرسالة الرئيسية.
- توزيع الأدوار والمسؤوليات داخل فريق الحملة.

- إعداد خطة تنفيذية مبسطة للحملة التسويقية.
- إدارة المخاطر الاتصالية والاستجابة للتغيرات.

اليوم الخامس: قياس الفاعلية وتحسين الأداء الاتصالي

- مؤشرات قياس أداء الاتصالات التسويقية.
- تحليل التفاعل والوصول والاستجابة والتحويل.
- تقييم جودة الرسائل والقنوات بعد التنفيذ.
- استخدام نتائج القياس في تحسين الحملات المستقبلية.
- تطبيق عملي لبناء تصور حملة اتصال تسويقي متكاملة.

course_daily_schedule

يمتد البرنامج على خمسة أيام تدريبية، بواقع أربع ساعات يوميًا. يبدأ كل يوم بمراجعة موجزة للأفكار السابقة، ثم عرض المفاهيم الرئيسية، يلي ذلك تطبيقات عملية ومناقشات جماعية مرتبطة بموضوع اليوم. ويُختتم كل يوم بتلخيص لأهم المخرجات وتوجيه المشاركين نحو كيفية توظيفها في بيئة العمل.

course_assessment

يعتمد تقييم المشاركين على التفاعل أثناء الجلسات، والمشاركة في التمارين التطبيقية، وجودة المخرجات العملية المرتبطة بتحليل الجمهور وصياغة الرسائل وتخطيط الحملة. يحصل المشاركون في نهاية البرنامج على شهادة حضور أو إتمام صادرة عن AINFCT وفق متطلبات المشاركة المعتمدة.

course_key_competencies

- التخطيط الاتصالي التسويقي.
- تحليل الجمهور المستهدف.
- صياغة الرسائل التسويقية.
- إدارة القنوات التسويقية.
- تنسيق الحملات المتكاملة.
- قياس الأداء الاتصالي.

مكتب القاهرة الرئيسي

القاهرة، جمهورية مصر العربية
7 شارع وهران، الطيران، مدينة نصر
201152466358+
info@ainfct.com
ainfct.com

رقم التسجيل الضريبي: 472920235

مكتب مدريد الفرعي

مدريد، إسبانيا
شارع الصحة 3، وسط المدينة، 28013 مدريد
training@ainfct.com
ainfct.com